

Ley alimentaria, gana el consumidor

El anteproyecto de Ley de mejora de la cadena alimentaria, aprobado por el Consejo de Ministros a propuesta del Ministerio de Agricultura, Medio Ambiente y Alimentación, constituye un paso necesario para reequilibrar las relaciones entre los distintos operadores de la cadena alimentaria e incrementar la competitividad del sector.

Y traerá beneficios claros para los consumidores. Hace ahora un año, la Comisión Nacional de la Competencia publicó un informe sobre las relaciones entre fabricantes y distribuidores en el sector alimentario, en el que identificaba prácticas comerciales que podrían resultar perjudiciales para la competencia y el bienestar de los consumidores.

Esas prácticas podrían agruparse en cuatro tipos de discriminaciones: la colocación de los productos en lugares poco accesibles, la desreferenciación o no referenciación de productos, la prohibición de promociones y la aplicación de márgenes abusivos. El anteproyecto de Ley aborda con acierto la regulación de prácticas, como los pagos comerciales, y prohíbe su exigencia cuando no estén pactados e incluidos por escrito en los contratos, así como las contraprestaciones a las que dan lugar. Según el cálculo realizado por el Tribunal Vasco de Defensa de la Competencia, los pagos comerciales pueden llegar a suponer un sobrecoste del 30 por ciento. De manera que la eliminación de pagos no justificados -por cuestiones tan diversas como una operación corporativa o la apertura de una nueva tienda- supondrá una reducción de los costes y, por tanto, podría traducirse en una rebaja de los precios.

En relación con la información comercial sensible, el anteproyecto establece que no se podrá exigir a otro operador información sobre sus productos más allá de la que resulte justificada en el contexto de su relación comercial.

Además, la información obtenida sólo podrá destinarse a los fines para los que fue facilitada, respetándose la confidencialidad de la información, y se prohíbe el aprovechamiento de la iniciativa empresarial ajena mediante la utilización de envases y presentaciones de marcas o nombres comerciales de otro operador. Estas limitaciones deberían servir para atajar la copia de productos y, por tanto, estimular la innovación e incrementar la variedad de la oferta a disposición del consumidor.

Tras un análisis detallado del texto aprobado por el Consejo de Ministros, cabría reforzar con medidas más actualizadas los apartados referidos a la garantía de una gestión leal y no abusiva de las marcas por parte de la distribución. Abordar enérgicamente la discriminación a la que son sometidas las marcas de fabricante por parte de la distribución, contribuiría a una rebaja de los precios de las primeras marcas, a incrementar la variedad del surtido y a facilitar la introducción de nuevos productos, todo en beneficio del consumidor y de la economía en su conjunto.

Como ha puesto de manifiesto un reciente estudio publicado por Esade la expulsión del mercado de las marcas de fabricante por parte de la distribución está teniendo un alto coste en términos de empleo, inversión en I+D+i, valor añadido y recaudación fiscal. Algo que el país no puede permitirse en este momento.

El anteproyecto de Ley de la cadena alimentaria aprobado es un paso necesario para reequilibrar las relaciones entre los operadores de la misma



Ignacio Larracochea

Presidente de Promarca, Asociación de Empresas de Producto de Marca